

TESIS  
5368

Universidad del Salvador  
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social  
Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica

## LOS DESAFÍOS DE LA RADIO ANTE INTERNET

La modificación del lenguaje radiofónico tradicional y el rol de las  
herramientas 2.0.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Realizada por: Gabriel Horacio D'Angelo  
Directora de la Carrera de Periodismo: Ana Laura García Luna  
Tutora de la tesis monográfica: Yamila Gómez

Buenos Aires, abril de 2017  
gabrielhdangelo@gmail.com

## ABSTRACT

La presente investigación es de tipo cualitativa con análisis de casos y se enfoca en el estudio de los cambios que vivió la radio a partir de su convivencia con internet y puntualmente en las modificaciones que sufrió el lenguaje radiofónico tradicional, concebido por la sucesión de palabras, silencios, ruidos y música, con la aparición de la imagen como participe preponderante en la red de redes.

El trabajo contiene un repaso de la historia de la radio con el objetivo de comprender el rol social y el vínculo que el medio tuvo con las audiencias hasta la década de 1990 que surgió internet. Asimismo, se presenta el análisis de las entrevistas realizadas a profesionales y especialistas de la radio que aportaron su visión respecto al eje central de esta tesis monográfica: los cambios en la radio a partir de su convivencia con internet y en el lenguaje radiofónico. También se presentan los resultados del análisis realizado a los programas de radio "Lanata sin filtro" (AM790) y "Perros de la calle" (FM95.1). Aquí se observó las páginas webs de los programas y qué utilidad le dan a las redes sociales.

El trabajo se lo enmarcó teóricamente con bibliografía de autores especialistas en medios y fundamentalmente de la radio como Armand Balsebre o Carlos Ulanovsky. Una vez finalizado el análisis, se confirmó parcialmente la hipótesis planteada al comienzo del trabajo: *"la incorporación de internet en la radio plantea cambios que rompen con la concepción tradicional de la misma, se modifica su lenguaje"*.

**Palabras claves:** radio, internet, lenguaje radiofónico, redes sociales, Twitter, Facebook.

## **ÍNDICE**

### **CAPÍTULO I: Introducción.**

- Planteo del problema
- Ingresando al mundo radial
- El puntapié
- Objetivos e hipótesis
- Metodología

### **CAPÍTULO II: Marco teórico y contexto**

Marco teórico: La jerga de la radio; el aparato radial; todos conectados

Contexto: historia de la radio; historia de internet y las redes sociales

### **CAPÍTULO III: Entrevistas**

- Los entrevistados
- Categorías de análisis
- Análisis de entrevistas



### **CAPÍTULO IV: Análisis de casos**

- Los programas
- Categoría de análisis
- Análisis de casos

### **CAPÍTULO V: Conclusiones**

### **Bibliografía**

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.

En los últimos años, los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio y diarios) vieron la oportunidad, y a la vez la necesidad, de llevar sus contenidos a Internet. Mientras en el siglo XX parecía imposible poder ver un programa de televisión o escuchar una emisión radial o leer un relato periodístico en la computadora, lo cierto es que ahora los avances tecnológicos de las últimas dos décadas permitieron y permiten realizar estas actividades todos los días de manera natural y sin mayores complicaciones.

El desembarco de los medios tradicionales a Internet generó, y genera continuamente, cambios en el trabajo de los mismos, en el manejo que hacen de sus contenidos y, también, crea nuevos modos de comunicación-interacción con los lectores y las audiencias. Las infinitas herramientas que ofrece la red de redes (mail, microblogging, redes sociales, etc.) plantean nuevos espacios de contacto e interactividad entre el emisor y el receptor a los que la televisión, la radio y los diarios no estaban acostumbrados tiempo atrás.

Pero como lo exige el mercado, los medios buscan adaptarse a internet, este nuevo espacio virtual que sigue creciendo y les plantea nuevos desafíos con la amenaza latente de quedar obsoletos. Todo parece converger hacia la red, y estar fuera de internet es quedar caduco. "A la prensa, radio y televisión actuales no les ha quedado más remedio que sumarse a la experiencia digital de sus medios, volcando a la Red sus formatos de una forma casi literal", señala al respecto Marín (Marín, 2006, p.182).

El 27 de agosto de 1920 se produjo en la Argentina la primera transmisión radial del mundo. Desde entonces, la radio se transformó rápidamente en un medio de comunicación muy funcional a las necesidades de las sociedades dada su fugacidad, que le permitió transformarse en el medio más rápido para informar, y su alcance, que le permitió alcanzar oyentes en lugares remotos. Más tarde, cuando surgió la televisión, se temió que la radio desapareciera ante la caja que

emitía imágenes, además de sonidos. Sin embargo, el paso del tiempo la fue afianzando gracias a las características mencionadas y a algunos cambios realizados por lo que aún hoy la radio sigue más vigente que nunca.

La radio arribó a Internet en 1993 cuando Carl Malamud, tecnólogo, escritor y fundador del "Servicio de Multidifusión de Internet", creó con su equipo de trabajo la primera estación de radio online llamada "Internet Talk Radio" en Berkeley, Estados Unidos. Dos años más tarde, en 1995, se creó la primera emisora radial por internet de tiempo completo. Se trató de Radio HK que emitía música de bandas independientes. Desde entonces, nacieron emisoras exclusivamente para Internet y en gran cantidad ya que no es necesario obtener licencia alguna de emisión.

En Argentina, en 1997 se transmitió el primer programa por internet. El 13 de mayo de ese año "La Mañana con Julio Lagos" se convirtió en el primer programa en emitirse por la red a través de la página web personal del conductor y locutor.

Ahora bien, junto con la aparición de nuevas emisoras radiales por la red, las históricas radios de aire se volcaron al mundo de internet como una necesidad y una oportunidad a la vez.

A partir de este aterrizaje a Internet podemos vislumbrar tres etapas en la historia reciente de la radio. Una primera de "presentación", en la que las radios abrieron sus páginas web como mera vidriera de sus programaciones. Una segunda etapa de "transmisión" en la que las radios comenzaron a transmitir de forma online. Sin la necesidad de licencias surgieron muchas emisoras en la red y de esta manera el medio aumentó su alcance, excediendo el mismo alcance del éter. Y una tercera y última etapa que se está desarrollando en esta época de "generación de contenido" en la que la radio crea contenido exclusivo para Internet y sus oyentes online, generando cambios significativos en el lenguaje radiofónico.

Esta tercera etapa incluye el boom de la web 2.0 que trajo aparejado el de las redes sociales, masificado principalmente a partir de finales de la primera

década del nuevo milenio, boom que permitió abrir una nueva forma de comunicación con los oyentes. La web 2.0 nació como aquella que permite intercambiar imágenes, videos y contenido online, y le otorga un rol preponderante al usuario. Como parte de la Web 2.0 surgieron los blogs, las páginas de carga de videos, las wikis, y las redes sociales. Estas últimas serán las que formaran parte del análisis de esta tesina porque facilitan que los oyentes opinen abiertamente sobre el programa "minuto a minuto", y ayudan a las emisoras a difundir sus contenidos, entre otras oportunidades. Esto también plantea un desafío para la radio, ya que debe adaptarse a un espacio que no le era habitual años atrás. Se trata de una nueva forma de comunicación porque las redes sociales abren un abanico de formas de relación con los oyentes que antes no se había vivido.

### **Ingresando al mundo radial:**

Como se comentó, internet ha tomado en la vida de los medios de comunicación una preponderancia indiscutible cuyos alcances aún están por conocerse. Pero algunos de ellos ya se visualizan y repercuten directamente en toda la cadena de creación de un programa de radio, televisión o un artículo periodístico. Con internet se produce distinto a cómo se lo hacía hace dos décadas, se abre un nuevo espacio para generar contenido, con características propias de la red, y se establecen nuevas formas de relación entre los medios y sus seguidores.

Estos cambios vienen repercutiendo directamente en la vida de la radio, que es el objeto de estudio fundamental de esta tesina. El trabajo analizará cómo repercute la aparición de las imágenes a través de internet en el lenguaje radiofónico y cómo este se ve modificado a partir de la incorporación de imágenes y redes sociales.

En esa línea vale aclarar que si antes el lenguaje radiofónico estaba dado por el "conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio" (Balsebre, 1994, p.27) tal como expresa Armand Balsebre, ahora, con su aparición en las

pantallas de las computadoras, la radio se ve ante la posibilidad de generar contenidos audiovisuales que complementen sus emisiones. Como señala Cebrián Herreros las emisoras por la Red tienen el objetivo de "ampliar los contenidos informativos y apoyar las marcas y programas de la cadena radiofónica" (Cebrián Herreros, 2008, p.34). Esto se da gracias a que la gente en Internet escucha la radio pero también puede ver imágenes, vídeos, leer notas, y el oyente interactúa con la radio de muchas maneras que antes no existían gracias a las aplicaciones de la Red.

Armand Balsebre continúa mencionando que la significación del lenguaje radial "viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes" (Balsebre, 1994, p.27). Pero esos recursos técnico-expresivos de los que habla Balsebre pueden modificarse, o mejor dicho, pueden sumarse otros nuevos en Internet. Por ejemplo: ¿Qué pasa si mientras el locutor habla sobre un perro al oyente se le permite observar la fotografía de ese mismo animal? ¿La difusión de fotos de los locutores por redes sociales modifica el carácter imaginativo de la radio? ¿Cómo repercute la imagen en la concepción tradicional de la radio, esa que se escucha pero no se ve?

En este nuevo fenómeno de la radio que interactúa con imágenes, juegan un rol fundamental las redes sociales que, a su vez, modifican la relación del medio con los oyentes. Con la aparición del fenómeno social de la web 2.0, que permite la interacción entre los internautas a partir de diferentes aplicaciones web que facilitan el compartir información, la interoperatividad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración, el oyente puede comunicarse con la radio de una manera novedosa para este medio respecto a cómo lo hacía hace algunas décadas atrás.

Como señala Cebrián Herreros, con la llegada a la red "la radio abre una vía nueva de expansión y, en consecuencia, reclama también la ampliación del concepto de radio para integrar en él los cambios producidos. Es un nuevo concepto de radio: se ve, se escucha, se interviene por escrito y oralmente, se participa, se chatea" (Cebrián Herreros, 2008, p.25).

Además, la masificación de redes sociales como twitter y Facebook abrieron nuevas vías de interacción con audiencias y difusión de contenidos, por lo tanto, la radio se ve ante el gran desafío de establecer una nueva forma de darse a conocer.

Para abordar estas dos líneas de trabajo se analizará el funcionamiento de las redes sociales Twitter y Facebook de dos programas emblemáticos de la radiofonía argentina, al igual que sus páginas webs y presencia en internet 2.0. Se estudiarán las redes sociales de "Lanata sin filtro", el programa del reconocido periodista Jorge Lanata que se emite de lunes a viernes de 10 a 14 por Radio Mitre AM 790. Su página web también se estudiará, estando la misma anclada al portal de Radio Mitre. También se observará el funcionamiento de las cuentas del programa "Perros de la calle" que se transmite en vivo de lunes a viernes de 10 a 14 horas por Radio Metro FM 95.1, y cuyo principal conductor es el carismático Andrés Kutsnetzoff. Es cuanto a su web, se analizará la misma que en este caso de trata de un blog independiente al de la radio. Junto con esto, se realizarán entrevistas a expertos del mundo de la radio para profundizar el trabajo.

### **El puntapié:**

"La radio tradicional mantiene su programación como elemento de identidad y se abre a las aportaciones de Internet y a los componentes expresivos de los medios ajenos". A su vez, en la Red comienzan a tomar poder "elementos que modifican la concepción tradicional de la radio y en la dimensión comunicativa expresiva que aporta" (Cebrián Herreros, 2008, p.20). Además, a partir de 2004 se utiliza el concepto de "herramientas 2.0" para hacer referencia a las aplicaciones de Internet (Facebook, Twitter, blogs, YouTube, etc.) que facilitan el flujo de información, la interoperabilidad, la interacción, y la difusión de contenidos entre creadores y usuarios. En este marco, esta tesis monográfica intentará descifrar si realmente el lenguaje tradicional radiofónico, tal como lo presenta Armand Balsebre, se modifica a partir de la aparición de las imágenes a través de redes sociales y uso de webs en el mundo radial.



Pregunta principal:

- 1- ¿Qué cambios generó en la radio la aparición y masificación de internet?

Preguntas secundarias:

- 2- ¿Cómo se modificó el lenguaje radiofónico a partir de su relación con internet?
- 3- ¿Cómo influyen las herramientas 2.0 en la radio?
- 4- ¿La utilización de herramientas 2.0 favorece la comunicación e interacción con los oyentes?

La importancia de responder estas preguntas radica en que, si cada vez más oyentes se vuelcan a escuchar la radio por Internet, el periodista o productor radial podrá conocer mejor de qué manera debe codificar el mensaje radiofónico para que la audiencia interprete de la mejor manera lo que quiso expresar. A su vez, permitirá generar espacios de interactividad entre el oyente y la emisora que posibilitarán satisfacer más rápidamente las necesidades de la audiencia y, de esta manera, acrecentarla aún más.

### Objetivos e hipótesis:

Como uno de los medios predilectos en los que el periodismo se desarrolla, esta tesis monográfica tiene como objetivo general *investigar los cambios que generó internet en la radio y en su lenguaje radiofónico.*

Se propone observar los cambios ocurridos a partir de la incorporación de la imagen a través del streaming; en la difusión de contenidos a través de las páginas webs de las emisoras o las redes sociales; y en la relación con los oyentes impulsados por las redes sociales.

Asimismo, se establecen los siguientes objetivos específicos:

-Analizar si con la aparición de la imagen en el mundo radial a través de internet se modifica el lenguaje de la radio.